

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **1. Kesimpulan**

Peneliti memperoleh fakta berupa angka-angka yang dapat disimpulkan dari hasil perbedaan kliping yang ada adalah terdapat perbedaan publisitas antara Telkomsel dan Pemda DIY. Perbedaan tersebut diperoleh dari nilai probabilitas  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak atau memiliki varian yang berbeda. Berdasarkan publisitas, kinerja PR Pemda DIY lebih baik daripada Telkomsel. Peneliti menyimpulkan perbedaan tersebut berdasarkan empat unit analisis yakni jangkauan siaran aktivitas kliping yang terdiri dari *rate media*, keberadaan foto dokumentasi, *visual impact* dan *placement of article*; jangkauan wilayah publisitas yang terdiri dari satu kategori yakni jenis media; nama yang disebutkan dalam artikel dengan kategori penyebutan *brand*, *spokeperson*, narasumber *event* dan nama *event*; serta pesan kehumasan yang terdiri dari pengertian, tujuan, manfaat dan jangka waktu pelaksanaan *event*. Berikut kesimpulannya,

1. Berdasarkan tabel uji beda, semua unit analisis dan kategori kliping Telkomsel dan Pemda DIY berbeda. Nilai rata-rata unit analisis Pemda DIY lebih tinggi daripada Telkomsel.

2. Kinerja PR Pemda DIY berdasarkan publisitasnya lebih baik daripada Telkomsel, dilihat dari nilai total sirkulasi pemanfaatan surat kabar dan nilai rata-rata keterbacaan publisitas, serta nilai relevansi jangkauan siaran aktivitas kliping berdasarkan *placement of article* (ukuran artikel) dan penyebutan *spokeperson* yang tinggi.
3. Faktor yang memengaruhi publisitas adalah penggunaan nama besar sebagai daya tarik publisitas. Kegiatan dan kebijakan pemerintah selalu menjadi nilai berita yang tinggi bagi para jurnalis. Pemda DIY memanfaatkan ini dengan momen RUU Keistimewaan Yogyakarta, pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Yogyakarta serta pencalonan Sultan Hamengkubuwono X sebagai salah satu calon wakil Presiden Republik Indonesia pada bulan Juli-Agustus 2012. Publisitas semakin tinggi ketika *spokeperson* dan narasumber ketiga momen tersebut adalah Sultan Hamengkubuwono X. Penyebutan pejabat dan staf humas juga sering dicantumkan dalam kliping Pemda DIY.
4. Tingkat pendidikan bukanlah faktor yang memengaruhi kinerja PR. Latar belakang pendidikan kehumasan bukan hal penting dalam menjalankan fungsi dan peran PR dalam sebuah institusi. Peneliti menemukan ini berdasarkan data kualitatif bahwa kinerja PR berdasarkan publisitasnya tergantung dari peran dan fungsi utama praktisi di dalam institusi.

Pada prakteknya, latar belakang pendidikan kehumasan tidak penting dalam konteks pengukuran kinerja PR institusi. Kinerja PR institusi baik sepanjang peran, fungsi dan tugas PR fokus. Selain itu didukung dengan pembentukan tim yang terdiri dari staf-staf PR. Staf-staf PR merupakan sumber daya manusia kelompok yang mampu mendukung publisitas dengan melakukan pembagian kerja.

## **B. Saran**

Kinerja PR dapat diukur berdasarkan publisitas yang dilakukan oleh PR Telkomsel sebagai institusi perusahaan dan Pemda DIY sebagai institusi pemerintah. Perbedaan dan faktor yang memengaruhi kinerja pun dapat ditemukan. Namun, peneliti memiliki saran terkait dengan penelitian ini, yaitu:

1. Kinerja PR institusi berdasarkan publisitasnya akan baik jika pemilihan surat kabar tepat dan memiliki nama besar. Institusi akan memperoleh sirkulasi surat kabar yang tinggi; ukuran artikel surat kabar yang besar; serta kesan identik institusi yang diperoleh dari penyebutan nama besar atau *spokeperson*.
2. Pemilihan surat kabar dan aktivitas kliping di institusi sebaiknya mampu menjadi salah satu aktivitas riset internal yang bertujuan mengukur efektivitas jangkauan siar, wilayah, penyebutan nama dan pesan kehumasan (khususnya *event*) serta mengevaluasi program melalui pengukuran publisitas. PR Telkomsel mampu memekerjakan pihak

ketiga untuk melakukan riset dan Pemda DIY mampu mengaryakan sumber daya manusia dalam Sub Bagian Publikasi, Dokumentasi dan Media Massa.

2. Penelitian ini dapat menjadi gagasan penelitian pengajian kliping tidak hanya berdasarkan pengukuran kuantitatifnya tetapi juga kualitatifnya (contohnya isi pesan). Selain itu dapat menjadi gagasan penelitian teknik analisis media untuk mengaji aspek-aspek institusi dengan tujuan mengukur publisitas berfokus pada data kuantitatif artikel surat kabar mengacu pada tabel 1.4 (tabel apPRaise) secara detail.
3. Pemilihan obyek penelitian patut diperhatikan. Obyek penelitian sempit menjadi kendala peneliti karena banyak institusi yang tidak mau memperlihatkan kliping sebelum mendapat surat ijin penelitian dari lembaga universitas. Sedangkan peneliti harus melihat kualitas kliping terlebih dahulu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barus, Sedia Willing. *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita*. 2010. Jakarta: Erlangga
- Cutlip, Center & Broom. *Effective Public Relations 9<sup>th</sup> ed.* 2006. New Jersey: Pearson Education, Inc. Upper Saddle River
- Cutlip & Center's, Glen M. Broom. *Effective Public Relations 10<sup>th</sup> ed.* 2009. New Jersey: Pearson Education, Inc. Upper Saddle River
- Creswell, John W. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed edisi ketiga*. 2010. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat Program*. 2006. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Heath, Robert L. & W. Timothy Coombs. *Today's Public Relations: An Introduction*. 2006. USA: Sage Publications, Inc.
- Hunt, Nigel. *Grolier Business Library: Managing Performance Review*. 1999. Hongkong: Grolier International Inc.
- Iriantara, Yosol & Yani Surachman. *Public Relations Writing: Pendekatan Teoritis dan Praktis*. 2006. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ivancevich, John M., Robert Konopaske, Michael T. Matteson. *Perilaku dan Manajemen Organisasi Jilid 2 7<sup>th</sup> ed.* 2007. Jakarta: Erlangga
- Kertapati, Ton. *Azas-azas Publisitas*. tanpa tahun. Departemen Penerangan Republik Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. 2007. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kriyantono, Rachmat. *Public Relations Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat*. 2008. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lesly, Philip. *Public Relations Handbook 3<sup>rd</sup> ed.* 1969. United State of America: Prentice-Hall Inc.
- Maltis, Robert L. & John H. Jackson. *Manajemen Sumber Daya Manusia, edisi kesembilan*. 2002. Jakarta: Salemba Empat
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. 2005. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurudin. *Hubungan Media: Konsep dan Aplikasi*. 2008. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Prawirosentono, Suyadi. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Kebijakan Kinerja Karyawan: Kiat membangun organisasi kompetitif.* 1999. Yogyakarta: BPFE
- Reinard, John C. *Communication Research Statistic*. 2006. London: SAGE
- Ritonga, M. Jamiluddin. *Riset Kehumasan*. 2004. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. 1998. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa
- Schoenfeld, Clarence A. *Publicity Media and Methods: Their Role in Modern Public Relations*. 1963. New York: The Macmillan Company

- Siregar, Ashadi. *Bagaimana meliput dan menulis berita untuk media massa*. 1998. Yogyakarta: Kanisius
- Sugiarto, Dergibson S, Lasmono T dan Deny S. *Teknik Sampling*. 2003. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Watson, Tom, Paul Noble. *Evaluating Public Relations: A best practice guide to public realtions planning, research and evaluation second edition*. 2007. Great Britain: Kogan Page Limited
- Wirawan. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia: Teori, Aplikasi dan Penelitian*. 2009. Jakarta: Salemba Empat
- Yoder, Dale & Paul D. Staudohar. *Personnel Management & Industrial Relations, seventh edition*. 1982. USA: Prentice-Hall. Inc

### **Jurnal**

- Sunarto. 2011. 'Public Relations untuk pelayanan public' Jurnal Wacana, Vol. X No. 2, Juni, hal: 9. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Jakarta

### **Artikel dalam Internet**

([www.sosbud.kompasiana.com](http://www.sosbud.kompasiana.com))

### **Laporan KKL tidak dipublikasikan**

Lasweny, Rory. 2012. *Aktivitas Marketing Public Relations di PT. Telkomsel Regional Jawa Tengah & DIY*. Strata Satu Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Laporan KKL.

Purnomo, Benedictus Yanuar. 2012. *Aktivitas Komunikasi Pemasaran melalui media on-line PT. Telkomsel Regional Jateng-DIY dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas*. Strata Satu Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Laporan KKL.

### **Website**

Pemda. 2012. Pemda DIY

<<http://pemda-diy.go.id/>>

Telkomsel. 2012. Telkomsel.

<<http://www.telkomsel.com/about/corporate/368-Profile.html>>